# Il Marketing che ha ripulito 100 Milioni di Morti: Perché puoi dire "Sono Comunista" a cena e "Sono Fascista" no

FRANK MERENDA
DIC 10, 2025

54 38 10 Condividi

C'è una legge del marketing che Al Ries ha ripetuto fino alla nausea: **la battaglia si vince nella mente, non sul campo.**

E c'è un corollario che nessuno vuole sentire:

***Vietare un'idea non la elimina. La congela.***

John Stuart Mill lo scrisse nel 1859 in "On Liberty", e da allora nessuno è riuscito a smentirlo: **"Chi conosce solo la propria parte della questione, conosce poco anche**

**di quella.”** Un’affermazione che dovrebbe essere scolpita all’ingresso di ogni parlamento e di ogni redazione giornalistica.

Parliamo di due ideologie che, nei fatti, hanno prodotto risultati identici:

- campi di concentramento
- gulag
- repressione violenta del dissenso
- censura
- partito unico
- milioni di morti
- miseria diffusa

Fascismo e comunismo. **Gemelli separati alla nascita.**

Ma oggi, nel 2025, se dici “sono comunista” al massimo ti guardano come un idealista un po’ ingenuo. Se dici “sono fascista” sei un mostro.

Com’è possibile?

**È positioning. Puro, cristallino positioning.**

## Il comunismo ha “posseduto” la parola giusta

Il primo che arriva possiede la categoria. È la legge della leadership secondo Al Ries.

L’interpretazione storica del dopoguerra e la direzione della memoria sono state plasmate dalla componente di sinistra della Resistenza.

Ciò accade non perché il loro contributo militare sia stato decisivo per la liberazione del Paese, garantita dalla potenza Alleata, ma perché la capacità di dettare la narrativa appartiene al soggetto politico che si afferma nel momento cruciale.

La narrativa vincente è stata: i **comunisti sono i buoni**, i liberatori, gli antifascisti per eccellenza.

Da lì in poi, è iniziato il **dominio ideologico** gramsciano: dalla scuola all’università, dai giornali al cinema, per settant’anni.

Il comunismo si è impossessato di una parola nella mente degli italiani: **“buono”**.

Non “efficace”. Non “giusto”. Non “funzionante”.

Semplicemente: **moralmente buono**. Al massimo “idealista esagerato”, ma con il cuore al posto giusto.

## La grande mossa di riposizionamento: “quello non era vero comunismo”

Ecco il colpo di genio.

Quando ti fanno notare

- i gulag (campi di concentramento russi)
- il Grande Balzo in Avanti di Mao (45 milioni di morti),
- Pol Pot in Cambogia,
- l’Holodomor in Ucraina,
- i kazaki sterminati,
- le purghe staliniane,
- **più di 100 milioni di morti** in totale che Hitler pare uno scolaretto con problemi cognitivi al confronto…

La risposta è sempre la stessa:

---

***“Quello non era vero comunismo.”***

---

È un **riposizionamento perfetto**. Sposti la colpa dall’ideologia alle persone che l’hanno applicata.

1. “Le intenzioni erano buone, è stato gestito male.”
2. “L’idea è giusta, l’esecuzione no.”
3. “Il vero comunismo non è mai stato realizzato.”

Stéphane Courtois, curatore del "Libro Nero del Comunismo", ha documentato questo fenomeno con una domanda retorica devastante:

---

***"Un'agenzia governativa francese, la Lotteria Nazionale, ha avuto il cattivo gusto di usare Stalin e Mao in una delle sue campagne pubblicitarie. Qualcuno oserebbe mai proporre di mettere Hitler o Goebbels in uno spot?"***

---

La risposta è ovvia. E dice tutto.

Tradotto in termini di positioning: **il comunismo ha potuto evolvere il proprio brand**. Ha potuto prendere le distanze dai propri fallimenti catastrofici. Ha potuto creare una versione "lite" di sé stesso, quella del "comunismo dal volto umano" che non si è mai realizzato ma che sembra plausibile (SPOILER: Non lo è, ma comunque...)

Risultato? Oggi i "veri comunisti", quelli che sognano la rivoluzione violenta, gli espropri proletari, i gulag, sono (spero) una minoranza di sciroccati.

La maggior parte di chi si definisce "di sinistra" vuole quel comunismo buono, quello che non c'è mai stato ma che potrebbe esserci (RI-SPOILER: Speriamo di no...)

**Il brand si è ripulito.**

Come osserva lo storico Martin Malia nella prefazione al Libro Nero del Comunismo: "Incontreremo sempre un doppio standard finché esisteranno una sinistra e una destra, e questo durerà molto a lungo."

La spiegazione?

---

***"Il progetto comunista, alle origini, proclamava un impegno verso obiettivi universalistici ed egualitari, mentre il progetto nazista offriva solo un egoismo nazionale senza vergogna."***

---

Anne Applebaum, Premio Pulitzer per "Gulag: A History", ha sintetizzato il problema così:

---

*"Mezzo secolo dopo la fine della guerra, i tedeschi conducono ancora regolari dibattiti pubblici sui risarcimenti alle vittime, sui memoriali, sulle nuove interpretazioni della storia nazista. Mezzo secolo dopo la morte di Stalin, non c'erano discussioni equivalenti in Russia."*

---

## Il fascismo: il brand congelato

Ora guarda cosa è successo al fascismo.

La legge Scelba. Apologia del fascismo vietata. Ricostituzione del partito vietata.

Il fascismo è stato **bannato**. Giustamente anche, diremmo e non a torto filosoficamente ma… c'è un ma.

Qui entra la legge del positioning che nessuno insegna: **un brand che non può parlare non può evolvere**.

Il comunismo ha potuto dire *"quello non era vero comunismo"* per settant'anni.

Il fascismo non ha mai potuto dire *"quello non era vero fascismo"*.

Perché? Perché nominarlo era già reato. Difenderlo, anche solo per analizzarlo, ti rendeva un paria sociale. **A scuola ti insegnavano, e ti insegnano ancora, che "con i fascisti non c'è dialogo".**

Fine della discussione. Letteralmente.

## Le tre fasi che non conosce (quasi) nessuno

Montanelli, che non era esattamente un amante di Mussolini, lo disse chiaramente in un'intervista storica:

---

*"Il fascismo fu Mussolini e soltanto Mussolini. Chi vi cerca altre cose, fonti ideologiche, eccetera, è completamente fuori strada."*

---

E poi aggiunse qualcosa che nessuno ricorda mai:

---

*"La storia del fascismo è la storia dei tre Mussolini. Perché ce ne furono tre in realtà."*

---

Il primo fu quello che Montanelli chiamava **"il Mussolini restauratore"**. Arrivò in un'Italia nel caos, dove i governi di coalizione non riuscivano a governare, dove nei ministeri "si suonavano i campanelli e non venivano nemmeno gli uscieri a sentire cosa voleva il ministro", dove gli organi dello Stato non funzionavano più. E lo fece in accordo col Re e i Carabinieri.

**Questo Mussolini chiamò accanto a sé quanto c'era di meglio in Italia, fascista o meno che fosse.**

- Affidò la riforma dei codici a Rocco, che non veniva dai quadri fascisti.
- Affidò la riforma scolastica a Gentile, che Montanelli definì "l'unica buona riforma che l'Italia ha avuto in questo secolo".
- Per l'economia, di cui non capiva nulla, si affidò a uomini come Volpi, Beneduce, il giovane Menichella. Tutta gente che non aveva nulla a che fare col fascismo.

Ora, limitatamente a questi fatti precisi, se pensi ai cialtroni che vengono nominati ministri oggi dai governi di sinistra o destra che siano, questa cosa un po' fa riflettere.

**"Questo Mussolini durò cinque o sei anni"**, disse Montanelli,

---

***"e si capisce perché e come raccolse il consenso di quasi tutta l'Italia."***

---

Dettaglio che nessuno racconta mai, ricorda Montanelli: **"Mussolini non ha mai amato i fascisti. Li detestava."** Le squadre di manganellatori non obbedivano a lui, obbedivano ai ras provinciali. A Farinacci a Cremona, a Balbo a Ferrara, ad Arpinati a Bologna. Mussolini li inquadrò nella milizia fascista **proprio per togliere loro potere**.

Poi arrivò il secondo Mussolini. E qui Montanelli fu brutale:

***“Successe a Mussolini quello che succede sempre a chi esercita per troppo tempo un potere assoluto. Perse il senso della realtà.”***

I gerarchi che gli stavano accanto se ne accorsero tutti.

- Bottai lo chiamava **“il monumento di se stesso”**.
- Grandi lo chiamava **“la caricatura di se stesso”**.
- Balbo, il più feroce, lo definì **“un Cola di Rienzo che si crede Giulio Cesare”**. E aggiunse che bisognava fargli fare la stessa fine.

Questo secondo Mussolini volle l’impero. Volle essere non solo il protagonista della storia d’Italia, ma della storia d’Europa. Pretese di far recitare all’Italia una parte a cui l’Italia era, parole di Montanelli, **“assolutamente non preparata e incapace”**. Anacronistico, fuori dal tempo, fuori dalla realtà. Finì prigioniero di Hitler.

Il terzo Mussolini fu quello di Salò. Montanelli lo descrisse con una parola sola: **“patetico”**. Un uomo **“che vive in mezzo alle macerie del suo sistema, impotente a tutto”**.

Tre Mussolini. Tre fasi completamente diverse. La prima discutibile e condannabile per molti aspetti ma non mostruosa se incastonata negli eventi che la generarono. La seconda delirante. La terza tragica.

Solo che questa distinzione **non si può fare**.

Perché parlare del fascismo significa difenderlo. E difenderlo significa essere fascisti. E i fascisti sono il male. Circolo chiuso.

## “Ha fatto anche cose buone”: la trappola linguistica

Nota la differenza.

Quando un comunista dice “Quello non era vero comunismo” sta dicendo: **l’ideologia è innocente, i colpevoli sono le persone**.

Quando qualcuno dice del fascismo “Ha fatto anche cose buone” sta dicendo: **nel grosso ha fatto schifo, ma qualcosina (forse) si salva**.

Vedi la differenza di positioning?

Il comunismo si è **assolto come sistema** e ha scaricato la colpa sugli individui.

Il fascismo è **condannato come sistema**, e il massimo che puoi dire è che qualche treno arrivava in orario.

È la stessa strategia, capovolta.

L'uno esce pulito. L'altro resta sporco per sempre.

## La conseguenza: la radicalizzazione sotterranea

Ecco cosa succede quando banni un'idea invece di smontarla.

Il comunismo, potendo parlare liberamente, si è gradualmente **moderato**. I comunisti /socialisti di oggi, i dem, la gente a sinistra in generale vogliono più welfare, non i gulag. Vogliono redistribuzione, non fucilazioni. Il brand in sè si è ammorbidito.

**Se li lasci fare magari sono pericolosi come prima**, ma almeno in termini di immagine si possono vendere come "moralmente buoni". Si possono "vendere" come accettabili o almeno "da prendere con le pinze".

Il fascismo, non potendo parlare, si è **congelato e radicalizzato**.

La psicologia sociale ha un nome per questo fenomeno: **reattanza psicologica**.

Jack Brehm la teorizzò nel 1966: quando le libertà percepite vengono minacciate, gli individui sperimentano uno stato motivazionale che li spinge a ripristinare la libertà perduta, **spesso attraverso comportamenti oppositivi**.

Uno studio di Bushman e Stack pubblicato sul Journal of Experimental Psychology nel 1996 lo dimostrò empiricamente: i warning labels sui contenuti violenti (etichette con avviso di "pericolo") non riducono l'interesse, **lo aumentano**.

I ricercatori conclusero che chi volesse ridurre l'audience di contenuti violenti dovrebbe usare questi risultati come monito:

---

> *"i warning labels possono di fatto aumentare gli spettatori invece di diminuirli."*

---

Jansen e Martin, in uno studio del 2015 sull'International Journal of Communication dedicato allo "Streisand Effect", scrissero:

---

***"Nell'era delle comunicazioni globali istantanee, la censura esplicita è sempre un'impresa rischiosa. I tentativi di reprimere 'idee pericolose' a volte hanno l'effetto opposto: servono da catalizzatori per espandere la portata, la risonanza e la ricettività di quelle idee."***

---

I nostalgici del fascismo, non potendo elaborare pubblicamente il passato e accorgersi sia da soli che tramite il dibattito pubblico che era una follia, **lo hanno mitizzato.**

---

## *"Quando c'era LVI"*

---

Non potendo dire "abbiamo sbagliato qui, qui e qui, ma quest'altra cosa forse aveva senso se avessimo evitato almeno di…", **hanno dovuto difendere tutto il pacchetto**.

- Squadracce
- Manganelli
- Repressione violenta
- Censura
- Tutto insieme

Perché se non puoi dibattere non puoi distinguere. Se non puoi distinguere, non puoi selezionare. Se non puoi selezionare, prendi tutto o niente.

E i più radicali hanno preso tutto.

Covando rancore, violenza e ortodossia **nel sottosuolo**. Dove nessuno li vede, nessuno li contesta, nessuno li smentisce.

Fino a quando non escono. E quando escono, escono peggio di prima.

## La lezione libertaria

Le idee sbagliate non vanno vietate. Vanno **esposte**.

Non vanno nascoste. Vanno **smontate**.

Non vanno censurate. Vanno **sconfitte con idee migliori**.

Lo sapeva già John Milton nel 1644, quando scrisse nell'Areopagitica:

---

***"Lasciate che la Verità e la Falsità si scontrino. Chi ha mai visto la Verità avere la peggio, in un confronto libero e aperto?"***

---

Lo ribadì Thomas Jefferson nel suo primo discorso inaugurale del 1801: "Se c'è qualcuno tra noi che vorrebbe dissolvere questa Unione o cambiare la sua forma repubblicana, lasciatelo stare indisturbato come monumento della sicurezza con cui **l'errore di opinione può essere tollerato quando la ragione è lasciata libera di combatterlo**."

E lo cristallizzò il giudice Oliver Wendell Holmes nel 1929 con sei parole che dovrebbero essere il motto di ogni democrazia:

---

***"Libertà per il pensiero che odiamo."***

---

Anche Karl Popper, spesso **citato a sproposito dai censori** con il suo "paradosso della tolleranza", in realtà scrisse l'esatto opposto:

---

*"**Non intendo dire, per esempio, che dovremmo sempre sopprimere l'espressione di filosofie intolleranti. Finché possiamo contrastarle con l'argomento razionale e tenerle sotto controllo con l'opinione pubblica, la soppressione sarebbe certamente poco saggia**."*

---

Popper giustificava la repressione *solo quando l'interlocutore rifiuta completamente il dibattito razionale e ricorre alla violenza*. **Non quando esprime idee sgradevoli.**

**I fascisti violenti vanno arrestati. Subito, senza sconti, senza se e senza ma.** Ma in quanto violenti, non in quanto "fascisti".

Chi fomenta violenza oggi, chi organizza squadracce oggi, chi picchia gli avversari oggi: **galera.**

Ma i libri fascisti? Le idee fasciste? La storia del fascismo?

Vanno letti, analizzati, discussi e **demoliti pezzo per pezzo**. Pubblicamente. Razionalmente. Senza isteria.

Perché se liquidi Mussolini con "dittatore sanguinario di cui non si deve parlare", ci sarà sempre qualcuno che va a informarsi per conto suo. E trova le storie sulle bonifiche, i treni, le opere pubbliche. E pensa: ***"Ah, quindi mi hanno mentito."***

E da "mi hanno mentito su questo" a "**mi hanno mentito su tutto**" il passo è breve.

## La vera discriminante

La linea non deve essere "parli di fascismo = sei fascista".

La linea deve essere: **fomenti violenza oggi?**

- Vuoi picchiare i tuoi avversari politici? **Criminale.**
- Vuoi organizzare bande armate? **Criminale.**
- Vuoi studiare perché il fascismo ha preso il potere e come evitare che succeda di nuovo? **Benvenuto nel club degli adulti.**

La censura non funziona. Non ha mai funzionato.

Ha solo fatto sì che il comunismo diventasse un vecchio zio un po' scemo che parla di utopia a Natale.

E il fascismo un bunker di rancore che aspetta il momento giusto per esplodere.

Mill aveva ragione duecento anni fa:

*"Se tutta l'umanità meno uno fosse di un'opinione, e una sola persona fosse dell'opinione contraria, l'umanità non sarebbe più giustificata a mettere a tacere quella persona di quanto quella persona, se ne avesse il potere, sarebbe giustificata a mettere a tacere l'umanità."*

---

**Le idee non si vietano. Si sconfiggono.**

Ma per sconfiggerle, devi prima permettere che esistano.

## Cosa c'entra tutto questo con la tua azienda

Se sei arrivato fin qui probabilmente ti stai chiedendo cosa puoi portarti a casa da questa analisi per il tuo business. Ecco le lezioni di positioning in sintesi.

**1. Chi arriva primo possiede la parola.** Il comunismo si è preso **"buono"** nella mente degli italiani. Non perché fosse oggettivamente buono, ma perché è arrivato primo a rivendicare quella posizione.

Nel tuo mercato funziona allo stesso modo. **Se non possiedi una parola nella testa del tuo cliente, non esisti**. E se lasci che sia un concorrente a prendersela, **la perdi per sempre**.

**2. Un brand che non parla non evolve.** Il fascismo, costretto al silenzio, non ha mai potuto correggere la propria immagine. Se smetti di comunicare, se ti nascondi, se speri che i problemi si dimentichino da soli, **il tuo brand si congela nella percezione che il mercato ha di te.** Nel bene e nel male. Solitamente nel male.

**3. I tuoi errori non vanno nascosti. Vanno riposizionati.** *"Quello non era vero comunismo"* è la più grande operazione di riposizionamento della storia. **Ha separato l'ideologia dai suoi fallimenti.**

Ha scaricato la colpa su qualcun altro. Se la tua azienda ha commesso errori, non fare finta di niente. Affronta il problema, separa ciò che non ha funzionato da ciò che funziona, e riposizionati. Il silenzio ti condanna. La narrativa ti salva.

**4. Le critiche che ignori diventano sentenze definitive.** Il fascismo non ha mai potuto rispondere ai suoi accusatori. Risultato: ogni accusa è diventata verità assoluta.

Quando un cliente, un concorrente o il mercato ti attacca, hai due scelte. Rispondere e **smontare l'obiezione pezzo per pezzo**. Oppure tacere e lasciare che quell'obiezione diventi la percezione definitiva di te.

**5. La censura non funziona. Neanche quella che fai a te stesso.** Se hai un punto debole nel tuo prodotto, nel tuo servizio, nel tuo modello di business, non nasconderlo.

Tiralo fuori tu per primo. Affrontalo. Smontalo. Contestualizzalo. **Perché se lo nascondi, prima o poi verrà fuori.** E quando verrà fuori, non sarai tu a controllare la narrativa.

**6. La battaglia si vince nella mente. Fascismo e comunismo hanno fatto le stesse cose.** Uno è diventato il male assoluto, l'altro un'utopia mal gestita. I **fatti erano identici. La percezione no.**

Il tuo prodotto può essere il migliore del mercato, ma se nella mente del cliente il concorrente occupa la posizione di leader, hai perso. Non vince chi ha ragione. Vince chi controlla la narrativa.

Sarà difficile ricreare l'egemonia culturale che la sinistra ha esercitato negli ultimi settant'anni controllando e infiltrando scuola, stampa e cultura per plasmare la visione del mondo. Ciò nonostante, potrai sempre comunicare almeno un'idea vincente.

Questo è positioning. Questo è marketing. Il resto sono chiacchiere.

**PS:** Se questo articolo ti ha fatto pensare "finalmente qualcuno che lo dice", sappi che ci sono altre migliaia di persone là fuori che la pensano come te ma non hanno ancora letto queste righe. Il problema è che **gli algoritmi premiano il pensiero unico** e affossano tutto il resto. L'unico modo per batterli è la condivisione.

Quindi **se credi che certe idee vadano discusse e non censurate, fai girare questo articolo**. Condividilo, taggami, inoltralo a quel tuo amico che "eh ma il comunismo è diverso". Vediamo se la verità riesce ancora a farsi strada in un confronto libero e aperto. Milton nel 1644 ci scommetteva. Io anche.

**PPS:** Questa newsletter è gratis. Non ha pubblicità. Non ha sponsor. Esce quando ho qualcosa di utile da dire a chi fa impresa in Italia, cioè **nel paese più ostile agli imprenditori del mondo occidentale.**

**Se hai una partita IVA e ti iscrivi, ricevi in automatico un omaggio che non trovi da nessun'altra parte**. Non lo pubblicizziamo, non lo vendiamo, non lo regaliamo a chi non ha un'attività. Cos'è? Iscriviti e lo scopri. Ti anticipo solo che più di qualcuno mi ha scritto che dovrei farlo pagare. Invece è gratis. Per ora.

Digita la tua email... Iscriviti

54 Likes · 10 Restacks

← Precedente Avanti →

## Discussione su questo Post

Commenti Restack

Scrivi un commento...

**Chiara** Dec 10

Ma veramente stiamo trattando la storia del pensiero politico come la candela di Natale di Chiara Ferragni? Non riesco nemmeno a motivare o a controbattere l'apparente dualismo tra comunismo e fascismo, che non esiste, è una trappola, semmai la contrapposizione è tra "comunismo e capitalismo" e tra "fascismo e democrazia". Fatico a scrivere perché sono letteralmente scioccata dall'accostamento del pensiero di uno dei più grandi filosofi esistiti a un prodotto commerciale da analizzare sul piano del... marketing? Se avessi studiato anche il pensiero di Marx oltre ad Al Reis, forse riusciresti ad analizzare il sistema economico attuale e i suoi evidenti limiti in maniera più approfondita. A questo serve la filosofia. Non ad avere ragione con lo zio al pranzo di Natale.

METTI MI PIACE (14) RISPONDI CONDIVIDI

**3 risposte da Frank Merenda e altri**

**Tiziano Solignani** Dec 10

Messo Mi piace da Frank Merenda

Eccellente more solito. Oggi il fascismo viene riscoperto proprio in virtù dell'essere sempre stato ghettizzato in maniera assoluta e in buona parte "per principio", senza storicizzarlo come sarebbe stato

preferibile, in un contesto in cui le persone non cercano più la destra o la sinistra ma solo qualcosa che vada contro le elite - e cosa c'è di meglio di un movimento che le elite, che nel frattempo hanno devastato l'intero continente europeo, ti hanno sempre insegnato ad odiare? Ma anche qui si finirà per girare un po' in tondo temo...

METTI MI PIACE (1) RISPONDI CONDIVIDI

**1 risposta**

**Ancora 36 commenti...**

© 2025 Frank Merenda · Privacy · Condizioni · Notifica di raccolta
Substack è la casa della grande cultura